

НАРАТИВНИ И ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ

1. Основни подаци

1.1 НАЗИВ ОРГАНА КОМЕ СЕ ПОДНОСИ ИЗВЕШТАЈ:	1.2 НАЗИВ КОНКУРСА
Градско веће града Сомбора	Конкурс за суфинансирање пројеката производње медијских садржаја у области јавног информисања средствима из буџета града Сомбора у 2020. Години
1.3 КОРИСНИК СРЕДСТАВА(навести званичан и пун назив издавача медија, односно правног лица/ предузетника, који се бави производњом медијских садржаја, као што је наведено у решењу Агенције за привредне регистре):	1.4 НАЗИВ ПРОЈЕКТА:
Глас Нације друштво са ограниченом одговорношћу Београд-Земун	„Историјско-културни идентитет Сомбора“
1.5 ТЕЛЕФОН:	1.6 E-mail:
065/216-3085	redakcijaglasnacije@gmail.com
1.7 БРОЈ УГОВОРА О СУФИНАНСИРАЊУ ПРОЈЕКТА:	1.8 ИЗНОС УГОВОРЕНИХ СРЕДСТАВА:
401-413/2020-II	500.000

2. Наративни извештај

2.1 ОПШТИ ПРЕГЛЕД АКТИВНОСТИ И МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА (сажетац – до 15 редова):

Пројекат „Историјско-културни идентитет Сомбора“, спровођен на основу дефинисаних циљева који треба да буду реализовани током периода 01.05.2020. – 31.08.2020. били су полазни основ за спровођење активности у оквиру пројекта.

Циљ пројекта „Историјско-културни идентитет Сомбора“, је да туристи пре доласка у Сомбор, приликом претраге интернета, пронађу знамените локације на територији Сомбора, на тај начин успели би да задржимо туристе који дан више у Сомбору чиме повећали број дана које туристи проводе у Сомбору. Тиме би учинили двојаку вредност пројекта, туристи би остајали у Сомбору дан више, самим тим би се повећала зарада од туриста а и Сомбор би био приказан кроз једно ново лице, као град од културног и историјског значаја. Пројекат је подразумевао производњу 12 медијских садржаја у форми интернет чланака са пратећим фотографијама.

Учесници пројекта били су страни туристи али и домаћи као и становници других градова који не живе у Сомбору, туристичке организације, грађани града Сомбора. Пројекат је реализован на начин да је екипа новинар и фотограф одлазила на изабрану локацију, потенцијално интересантну за туристе, и затим правила фотографије, разговарала са унапред изабраним саговорницима, затим би новинар заједно са координатором пројекта правио медијски садржај који би се објављивао на сајту и на фејсбук страници Глас Нације. Администратор друштвених мрежа би свакодневно обавештавао координатора пројекта о броју посета на сајту као и броју прегледа на фејсбуку, у складу са тим би се одредила и интернет кампања за сваки медијски садржај посебно (промоција на фејсбуку, постављање посебног банера на порталу Глас Нације, или на другим порталима). Тим задужен за пројекат „Историјско-културни идентитет Сомбора“ сваке недеље је одржавао састанке како би се планирали

следећи кораци као и следећи медијски садржај који би био интересантан да привуче како стране туристе тако и домаће.

2.2 БРОЈ И ВРСТА РЕАЛИЗОВАНИХ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА-ОБЈАВА:

12 медијских садржаја у форми интернет чланака са пратећим фотографијама

2.3 ТЕРИТОРИЈА РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА (простор на коме је емитован садржај био доступан-видљив):

<http://glasnacije.rs/>

<https://www.facebook.com/glasnacije.rs/>

(<https://www.facebook.com/glasnacije.rs/>).

2.4 ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА:

01. мај 2020. - 31. август 2020. године

2.5 ПОСТИГНУТИ ЦИЉ ПРОЈЕКТА (општи преглед постигнутих циљева у односу на планиране у пројекту и најважнијих достигнућа; позитивни утицај на циљне групе; упоредити постигнуте показатеље у односу на очекиване представљене у пројекту):

По броју прегледа на сајту портала Глас Нације (<http://glasnacije.rs/>), постигнути резултати су се показали боље од очекиваног, јер је број прегледа превазишао очекивано. Позитивни утицај на циљне групе остварен је повећањем броја туриста у Сомбору како домаћих тако и страних, што је званични податак Републичког завода за статистику.

Извор:

<https://www.stat.gov.rs/>

2.6 НАВЕСТИ ПРИМАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који су под директним позитивним утицајем пројектних активности):

Страни и домаћи туристи, туристичке организације, туристички водичи.

2.7 НАВЕСТИ СЕКУНДАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који ће на било који начин имати користи од пројектних активности):

Грађани Сомбора, угоститељски објекти.

2.8 ОПИС АКТИВНОСТИ(навести актере/средства /мере / радњу/ при реализацији пројекта):

1. Припремне активности
2. План тема које ће бити обрађене до краја пројекта
3. Одабир саговорника-учесника
4. Реализација
5. Истраживање, рад на терену
6. Производња и опремање медијског садржаја

2.9 НАВЕСТИ ПОСТИГНУТЕРЕЗУЛТАТЕ:

2.10 ИНДИКАТОРИ РЕЗУЛТАТА:

1. Број посетилаца на сајту који су погледали медијски садржај пројекта „Историјско-културни идентитет Сомбора“ био је остварен у складу са планираним. http://glasnacije.rs/	google analytics
2. У складу са фејсбук параметрима изабраног медијског садржаја „Историјско-културни идентитет Сомбора“, објављеног на фејсбук страници https://www.facebook.com/glasnacije.rs/ остварени резултати су били већи него планирани.	Facebook insights - Post reach - Post engagements share
3. Медијски садржај пројекта „Историјско-културни идентитет Сомбора“, пренело је више портала у складу са очекиваним	https://www.srbijadanas.com/ https://nacionalist.rs/
4.	
5.	
6.	

2.11 ОДРЖИВОСТ ПРОЈЕКТА:

Резултати пројекта су одрживи, јер ће и након завршетка пројекта, бити саставни део садржаја портала <http://glasnacije.rs/> као и фејсбук странице <https://www.facebook.com/glasnacije.rs/>. А о изабраној теми ће се и убудуће извештавати како би се продуктивност пројекта максимално искористила за интерес од јавног значаја.

2.12 ИНТЕРНИ МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА ПРОЈЕКТА (које инструменте сте користили да мерите напредак пројекта и постигнуте резултате током реализације пројекта)

Праћење и евалуација пројекта обављена од стране координатора пројекта према пројекту планираних активности као и реализованих медијских садржаја. Инструменти за коришћење мерења напретка пројекта су број прегледа на порталу (google analytics) као и на фејсбук страници <https://www.facebook.com/glasnacije.rs/>.

2.13 ПРОМОЦИЈА И ВИДЉИВОСТ (наведите информације у вези са видљивошћу подршке органа који је суфинансирао пројекат; како су били информисани крајњи корисници и јавност):

Пројекат је промовисан на порталу <http://glasnacije.rs/> као и на друштвеној мрежи Фејсбук страница <https://www.facebook.com/glasnacije.rs/>

2.14 НАУЧЕНЕ ЛЕКЦИЈЕ (опишите потешкоће са којима сте се сусрели и како сте их решили; које су то корисне лекције које могу бити примењене у будућности):

За пројекат „Историјско-културни идентитет Сомбора“, тим људи одговорних за његову реализацију није имао потешкоћа јер је имао искуство са сличним пројектима које је остварио са планираним резултатима.

2.15 ПРИЛОЗИ (Навести приложене примерке медијских садржаја: ДВД, примерци новина, тренинг материјале, спискове учесника и сл.):

1. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/crkva-svetog-jovana-u-somboru/>
2. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/galerija-milana-konjovi%C4%87a-u-somboru/>
3. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/galerija-sava-stojkov-u-somboru/>
4. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/gradska-biblioteka-karlo-bjelicki-u-somboru/>
5. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/gradski-muzej-sombor/>
6. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/muzej-pedago%C5%A1kog-fakulteta-u-somboru/>
7. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/somborsko-pozori%C5%A1te/>
8. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/rimokatoli%C4%8Dka-crkva-i-%C5%BEupni-ured-u-somboru/>

9. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/srpska-%C4%8Ditaonica-laza-kosti%C4%87-u-somboru/>
10. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/srpska-pravoslavna-crkva-svetog-georgija-u-somboru/>
11. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/zgrada-ba%C4%8Dko-bodro%C5%A1ke-%C5%BEupanije-u-somboru/>
12. <https://vojvodjanski.now.sh/vojvodjanski/kultura/gradska-ku%C4%87a-u-somboru/>